

Inaktív hallgatók? – Adalékok a kvantitatív ifjúságutatások módszertani problémáihoz

Bevezetés

Az elmúlt két évtized technológiai forradalma radikálisan változtatta meg a kommunikációs mintázatokat világszerte. A technológiai fejlődésre, a digitalizációra, az internet és a mobileszközök elterjedése kapcsán tapasztalható kommunikációs csatornák változására az empirikus társadalomkutatás is kénytelen reagálni. Az új kommunikációs formák megjelenése és más általános tendenciák (csökkenő válaszadási hajlandóság, nehezebb elérés) egy olyan módszertani transzformációt indukálnak az empirikus adatfelvételek esetében, ami jelenleg is a szemünk előtt zajlik. Az átalakuló módszerekhez kapcsolódóan a két legfontosabb párhuzamosan tendencia a klasszikus adatfelvételi módok (személyes, telefonos) fokozatos presztízsvesztése és az online vizsgálatok térnyerése.

Az említett változás jól dokumentált, tetten érhető például az ESOMAR⁵³ éves módszertani jelentésében is: a kvantitatív módszertanok között a tagországokban 2013-ban már legnagyobb arányban online kérdőíves megkérdezéseket végeztek (a kutatások 24 százalékában), ezzel jócskán megelőzve a telefonos (CATI: 12 százalék), illetve a személyes megkérdezéseket (9 százalék)⁵⁴.

Sok kutató egyetért abban, hogy a telefonos és személyes kutatások egyik legnagyobb és talán legnehezebben kezelhető problémája a magas és ugyanakkor folyamatosan növekvő visszautasítási arány. Az Aktív Fiatalok kutatás korcsoportjánál maradván, a 15–29 éveseket célzó, személyes, címlistas adatfelvétellel operáló Ifjúság2008-ban például a felkért fiatalok 33 százaléka visszautasította a részvételt (Pillók 2010), de hasonló arányokról számol be Székely (2013) is a Magyar Ifjúság 2012 kutatások esetében. Nem meglepő módon ilyen problémákkal szembesülnek a telefonos módszert alkalmazó kutatók. Az elmúlt két évtizedben jellemző direkt marketing és „sales-tevékenység” elterjedése rossz hatással volt a telefonos közvélemény-kutatások válaszadási arányára (Pintér–Kótay 2010). Ennél a módszernél is egyre problematikusabbá válik több társadalmi csoport esetében (Kmetty 2012; Deutschmann és Faulbaum 2001).⁵⁵

53 World Association For Market, Social and Opinion research – ESOMAR.

54 Global Market Research 2014 An ESOMAR Industry Report, Published by ESOMAR, Amsterdam, The Netherlands, 2014.

55 Deutschmann M, Faulbaum F. 2001. The recruitment of online samples by CATI-screening: problems of non-response. Paper presented at conference of the Association for Survey Computing (The Challenge of the Internet). May 2001, London, England.

A válaszadási hajlam erodálódásának következményeképpen egyre több szó esik a hagyományos értelemben vett empirikus kvantitatív kutatások kulcs kérdéséről: a reprezentativitásról, a kutatási eredmények általánosíthatóságáról (többek között Angelusz–Tardos 2006; Tóth 2002).

Fontos operatív tényező még, hogy jelentősen emelkednek az adatfelvételek költségei, sok adatfelvétel esetében anyagi okokból fordulnak el a kutatók a személyes vagy a telefonos interjúktól.

Részen a klasszikus módszerek érvényességének megkérdőjelezhetősége, részben a költségek különbsége táplálja az online megkérdezésen alapuló adatfelvételek terjedését és fejlődését (Couper 2000). Azokban a digitálisan fejlett társadalmakban (pl. Hollandia, Belgium), ahol nagyon magas az online kutatások elérése (90 százalék közeli), ezek a felmérések mármint a hagyományos módszerek valós alternatívái jelennek meg akár a teljes népességet vizsgáló adatfelvételekben is. Magyarországon is sokan várták az online vizsgálatok gyors térhódítását, a valóságban azonban ezek a mérések továbbra is csak korlátozottan, részpopulációkon szolgálnak megbízható és érvényes eredményekkel, főként a mintavételi kerettel kapcsolatos módszertani problémák miatt.

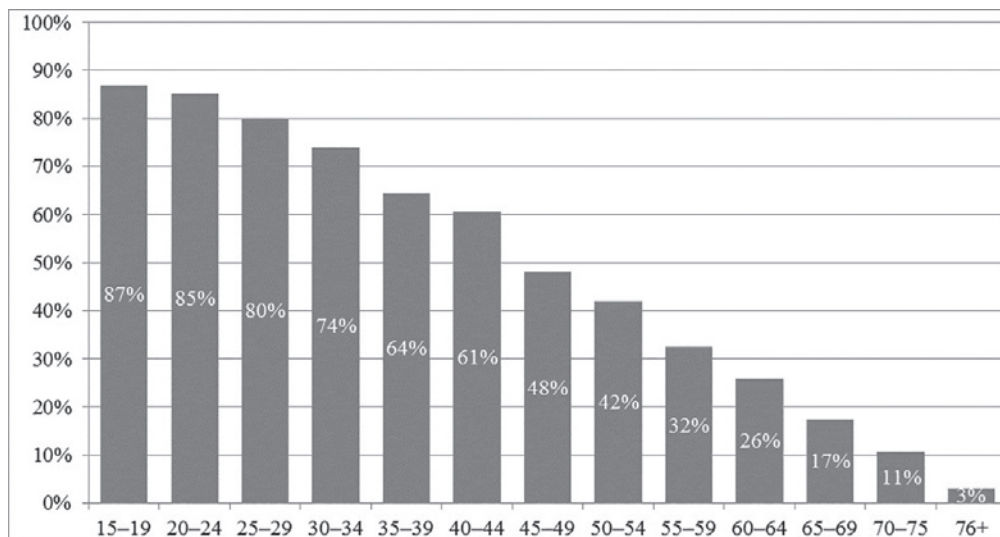
A kvantitatív kutatási módszerek jövőjét érintően jelenleg az a legfontosabb kérdés egyrészt, hogy milyen jövőt lehet vázolni a személyes, illetve telefonos kutatások számára, másrészt pedig, hogy ezen módszertanokat milyen mértékben és hogyan képesek kiváltani az online módon folytatott vizsgálatok.

Elemzésünkben amellet, hogy érintjük a fenti kérdéseket, áttekintjük a kapcsolódó hazai és idegen nyelvű szakirodalmat, megvizsgáljuk milyen empirikus válaszok találhatóak a témában. Áttekintésünk fő célja azonban ennél fókuszáltabb. Elsősorban arra kívánunk választ találni, hogy ezek az általános folyamatok hogyan érintik az egy bizonyos csoportot célzó, jelen esetben a „fiatalokat” célzó kutatások módszertanát, mennyiben mutat eltérő mintázatot például a fiatalok elérése/elérhetősége. Az empirikus tapasztalatok és trendek fényében módszertani javaslatot teszünk, illetve rövid összevetést végzünk az Aktív Fiatalok Magyarországon által 2015-ben lefolytatott személyes és online adatfelvételek eredményei között.

Változások az adatfelvételekben

1. ábra

Naponta internetezők aránya korcsoportonkénti bontásban (2015 Q4, Teljes népesség)



Forrás: Nemzeti Olvasottság Kutatás.

A reprezentativitás és a mintavételi keret szempontja felől közelítve a telefonos, személyes és online kérdezéstechnikákat két csoportba oszthatjuk. A személyes megkérdezés képes mintavételi keretként kezelni az egész populációt⁵⁶, a telefonos és az online pedig csak a populáció egy részhalmazát, azaz az adott eszközzel – telefon vagy internet eléréssel – rendelkezőket tekintheti mintavételi keretüknek.

Ebből a szempontból tehát alapvető kérdés, hogy milyen összetételű és arányú a mintavételi keret és a vizsgálati populáció eltérése. Elmondhatjuk, hogy amíg az internet-ellátottság egyre általánosabbá válik, és csökken a klasszikus digitális egyenlőtlenséget kijelölő magyarázó változók (vagyon- anyagi helyzet, státusz és kulturális változók) magyarázó értéke, addig a vezetékes telefon, amely korábban széles körben elterjedt kommunikációs eszköz volt, egyre inkább jól meghatározható társadalmi csoportok sajátosságává válik. A jövőbeli kilátásokat még inkább rontja a vezetékes telefon segítségével végzett kutatások szempontjából az, hogy a fogyasztói és véleménykutatási célcsoportok esetében még gyorsabb az online kommunikációs formák térnyerése és a vezetékes telefonellátottság pozícióvesztése.

A telefonos kutatások fontos kérdése, hogy hogyan és milyen hatékonysággal tudják integrálni a csak mobiltelefonnal rendelkezőket a mintavételi és kiválasztási eljárásokba, és persze ennek milyen költségvonzata van a kutatás egésze szempontjából.

⁵⁶ Mindezeket a szempontokat, amelyeket a mintakerettel foglalkozó részben tárgyaltunk.

Kérdés a jövőre vonatkozóan, hogy milyen hangsúlyeltolódás lesz megfigyelhető a CAWI és a CATI adatfelvételek között akkor, amikor is majd az egyes eszközök segítségével elérhető áranya megfordul, azaz többen érhetőek el internet segítségével (is), mint vezetékes telefonvonalon. (Egyes célcsoportokban ez a helyzet már bekövetkezett, így ott az online eszközök alkalmazása mindinkább gyakorlattá válik.)

A másik látható trend az adatfelvételek együttes alkalmazása, így például az online mintavétel során tapasztalt torzítások csökkentésére jó módszer lehet, hogy az online területen alulreprezentált csoportokat személyes lekérdezéssel pótolják a kutatás mintájában, de az online adatfelvétel során tapasztalt torzító hatásokat több módszertani kísérletben is próbálták redukálni úgy, hogy többféle adatfelvételi technikával is megkeresték ugyanazokat a válaszolókat, e tekintetben az eredmények nem egységesek.

Alternatív utak – a hibrid kutatások

Amellett, hogy az online mérések használata rendkívül hatékony megoldás a kutatás költségeinek csökkentésére, sajnos a válaszadási hajlandóság problémáját nem orvosolja, ha virtuálisan kérdezzük. Erre jelenthetnek megoldást a fent már megemlített hibrid adatfelvételek.⁵⁷ A hibrid jelleg fogalmilag abban ragadható meg, hogy ezekben kutatásokban keverik az adatfelvételi módokat, más szóval a minta tagjait eltérő módokon keresik fel a kutatók, illetve eltérő módon válaszolnak a kérdésekre. A hibrid modellek felé fordulás lényegében annak felismerése és az arra való reflektálás, hogy a populáció különböző tagjai eltérő preferenciákkal és igényekkel rendelkeznek, ami az ilyen kérdőívekre való válaszolást illeti, vagyis különböző csoportokat különböző csatornákon érdemes megszólítani.⁵⁸ A hibrid mérések főként azért jelentenek vonzó megoldást, mert a kutatói tapasztalatok alapján az adatfelvételi módok ötvöztetésével hatékonyan növelhető a válaszadási arány, jobb lefedettség biztosítható, melyek által csökkenhet a teljes mintavételi hiba, ami magasabb fokú reprezentativitás biztosít és emellett jellemzően a kutatási költségek is alacsonyabbak (Pintér–Kótay 2010; De Leeuw 2005; Dillman 2009).

A hibrid kutatások fajtái

A „mixeknek” nagyon sokféle variációt alkalmaznak a közvélemény-kutatók. Érdemes De Leeuw vagy Dillman összegzéseit alapul venni (Dillman 2000, De Leeuw 2005). A legerjedtebb típus a *multimodális* hibrid kutatás. Ebben az esetben a minta hibrid, egy válaszadó csak egyféle módon válaszol a kérdésekre, a minta jól elkülöníthető az adatfelvételi módok mentén. Ilyen lehet például, a minta online és offline részre osztása, ahol az offline mintából kizárjuk az internetezőket. A multimodális hibrid mérések egy másik fajtája, amikor a megkérdezettnek

⁵⁷ Angolul *mixed-mode* vagy *multi-mode* design. Magyarul a hibrid kutatás fogalma egyelőre abszolút képlekeny, aminek az az oka, hogy kevésbé elterjedtek egyelőre hazánkban. Időnként a kvantitatív és a kvalitatív módszerek ötvöztetésére használják, de például az online adatfelvételi eszközök egy kutatáson belüli ötvöztése is jelentheti a hibrid jelleget.

⁵⁸ Például a fiatalokra sokkal jellemzőbb, hogy szívesen válaszolnak egy online kérdőívre, míg az idősebb korosztályok között népszerűbb a telefonos kontaktus.

a kontaktus során felajánlják, hogy dönthet az általa preferált válaszadási módról, ami az empirikus tapasztalatok szerint szintén jótékonyan hat a válaszadási hajlandóságra.⁵⁹

Más a helyzet, amennyiben a kérdőív hibrid. Ebben az esetben például a *szakaszos* mérések-nél több fázisból áll a kutatás, és a válaszadók az egyes szakaszokban, a kutatás különböző időpontjaiban különböző módokon válaszolnak (Pintér–Kótay 2010).⁶⁰

Hasonlóképpen hibrid kérdőívről van szó, amikor a válaszadó dönthet úgy, hogy a kérdőív kitöltése közben vált válaszadási módot (*párhuzamos*).⁶¹ Léteznek a fentiek mellett olyan (szintén hibridnek tekinthető) kutatások, ahol – a válaszadási arány növelése érdekében – csak a mintavétel során használnak többféle kommunikációs csatornát, az adatfelvétel azonban egyféle módon történik. A multimodális, a szakaszos és a párhuzamos kutatásokkal szemben ez utóbbi modell esetében nem kell számolni a módok ötvözéséből fakadó módhatásokkal. Nagyon gyakori, hogy – elsősorban a költségek csökkentésének érdekében – a kutatók egy olcsóbb csatornát választanak, mint fő adatfelvételi mód, mielőtt a drágább módra váltanának. A fentiek a leggyakrabban alkalmazott hibrid típusok, de természetesen a felgyorsult módszertani átalakulás mentén és az új módszerek terjedésével újabb változatok jelennek meg.⁶²

Torzító hatások

Utaltunk már a hibrid kutatások potenciális előnyeire, de nem vettük sorra az esetleges hátrányokat. A leggyakrabban felmerülő hátrány a *módhatás*, vagyis az, hogy a kutatásban részt vevők eltérő válaszokat adhatnak pusztán abból kifolyólag, hogy különböző módon válaszoltak a kérdőívre. A hibrid mérések adatminőségével és a módhatások feltérképezésével jelentős mennyiségű idegen nyelvű szakirodalom foglalkozik, melyek jellemzően empirikus összehasonlításokra támaszkodnak (De Leeuw 1992; Tourangeau-Yan 2007; Holbrook 2003; Krauter–Presser–Tourangeau 2008). Általánosságban elmondható, hogy szignifikáns különbségek fedezhetőek fel a válaszok között, amennyiben a különböző csatornán készült adatfelvételeket hasonlítjuk össze. Ilyen általános tapasztalat például, hogy az online válaszolók hajlamosabbak skálák esetén „középre tendálni”, és egyes kutatások azt is bizonyítják, hogy kérdezőbiztos jelenlétében jellemzőbb a válaszok „kozmetikázása”, vagyis az online mérések pontosabbak szenzitívebb kérdések esetében. A módhatásokból fakadó eltérésekkel minden hibrid kutatást tervezőnek számolnia kell, hiszen ezeknek köszönhetően jellemzően megnő a mérési hiba.⁶³ Bár a hibrid mérések során a legnagyobb kihívás az adatok integrálásának

59 Egyes kutatások azonban arra mutatnak rá, hogy a választás lehetősége nem növeli érdemben a válaszadási arányt, sőt akár csökkentheti is (Dillman, Smyth and Christian 2009).

60 Gyakran alkalmazzák longitudinális vizsgálatoknál.

61 Hasznos lehet szenzitív kérdések esetén.

62 Emellett egy végső e-mailes emlékeztető is kiment azoknak, akik elkezdték, de nem fejezték be a kérdőív kitöltését.

63 Amit azonban a fedési és nemválaszadási hiba lecsökkenése jó esetben kompenzál (Roberts–Joye–Stähli

megőrzése (De Leeuw 2011), az ilyen jellegű pontatlanságok alapos előkészülettel és pontos kérdőívtervezéssel részben kiküszöbölhetőek.⁶⁴ A fentiekből mindenesetre levonható a következtetés, hogy a módok kombinálása az egyes hibaforrások hangsúlyainak eltolódását, a hibák átrendeződését eredményezi (Couper 2011).

További hátránnyal járhat az a körülmény, hogy a kutatás során operatív szempontból tanácsos egységes kérdőívvel kell dolgozni. Több adatfelvételi mód használata esetén olyan gondosan előkészített kérdőívre van szükség, mely minden kommunikációs formában jól alkalmazható. A „legkisebb közös többszörös” elvének követése szükségszerűen azt vonja maga után, hogy nem használható ki az egyes adatfelvételi módok teljes potenciálja. Jó eséllyel nem alkalmazhatóak például az online kutatások kreatív vizuális tesztjei a hibrid mérések során, de a személyes interjúk alatt alkalmazott kártyás kérdéseket sem lehet maradéktalanul implementálni online kérdezés esetére.⁶⁵

Fontos, az egész adatfelvétel minőségét befolyásoló körülmény a kérdezőbiztos jelenléte. A kérdezőbiztos nagyon jó esély arra, hogy a válaszadási hajlandóságot növeljük, ösztönzően hathat a részvételre, pontosító válaszaival pedig javíthatja az adatok minőségét (Hox–Edit de Leeuw 2002). Az online kutatások esetében ez a lehetőség nem áll fenn, történtek ugyan próbálkozások a kérdőív önkitöltő jellegének megtörésére, azonban ezek megközelítőleg sem helyettesítik a személyes kérdezés nyújtotta lehetőségeket.

A hibrid kutatások további hátrányai közé sorolható, hogy az ilyen vizsgálatoknál jelentősen megnő a munkamennyiség a munkaszervezés kapcsán, a kutatás előkészítési szakaszában (mintavétel, kérdőívkészítés, kérdőívtesztelés)⁶⁶, de például egy online-offline kutatás esetében a field munka is folyamatos monitoringozást követelhet, ahogy a különböző alminták adatainak feldolgozása, összefésülése is több ráfordítást igényelhet, mint egy „unimode” adatfelvételnél (Pintér–Kótay 2010). Ahogy fentebb is említettük, ezért különösen fontos a hibrid méréseknél a pontos tervezés, hiszen adott esetben az egyébként elvárt költségsökkenés eltűnhet (Vehovar–Berzelak–Manfreda–Belak 2009; Ainsaar–Lilleoja–Lumiste–Roots 2013). Ezzel összefüggésben a hibrid mérések jellemzően hosszabb időt is vesznek igénybe, azaz kevésbé alkalmasak tehát rövid határidővel rendelkező villámkutatásokra.

2016; Groves 1989). A teljes mintavételi hiba mintavételi, mérési, fedési és nemválaszolási hibából áll, ezek eredője.

64 A tervezési szakasznak jóval nagyobb a jelentősége hibrid kutatások esetében.

65 De Leeuw (2011) remek „kézikönyvet” nyújt egy ilyen egységes kérdőív tervezéséhez, és azzal érvel, hogy az egységesítés nem feltétlenül jár jelentős potenciálvesztéssel. További alapvető mankó hibrid kutatás tervezéséhez Dillman (2006) tanulmánya.

66 A 2012-es ESS hullám észtországi vizsgálatát egy CAWI-CAPI hibrid mérés adta. A kérdőív tesztelése során az első teszteléseket követően a kérdőív 85 százaléka szorult korrekcióra (Ainsaar–Lilleoja–Lumiste–Roots 2013).

Potenciál

A hibrid kutatások hosszú évek óta részét képezik a piackutató cégek módszertani palettáinak világszerte, igazán nagy figyelem azonban az online mérések elterjedését követően irányult rájuk (Couper 2011). Kifejezetten népszerűek az összehasonlító nemzetközi kutatásokban (például a nagy presztízsű *European Social Survey* (ESS), hiszen különböző országok különböző jellemzőkkel bírnak módszertani szempontból (World Values Survey 2009; Martin 2011).⁶⁷ Szinte azonban minden területen felmerülhet az adatfelvételi módok ötvözése. Az online offline-al való keverése kifejezetten indokolt lehet olyan országokban, ahol kellően magas az internetpenetráció (jól mérhető az internetező társadalom), de a társadalom egy része csak offline elérhető (pl. Magyarország), hiszen ott érdemben javítható a reprezentativitás.⁶⁸ Úgy látjuk, a hibrid kutatásoknak egyértelműen van létjogosultsága a nagymintás, politikai-közéleti témájú survey-k körében is. Bár Couper (2011) odáig megy, hogy az adatfelvételi módok kombinálása ma a trend, Magyarországon meglehetősen ismeretlen ez a módszertan.⁶⁹ Nagyon kevés tanulmány foglalkozik a hibrid mérésekkel, empirikus összehasonlítások a módszer alkalmazhatóságáról nem készültek hazánkban, így nem könnyű megválaszolni azt sem, hogy mennyire és mikor adekvát választás a magyar véleményklíma esetében.

Hogy közelebb hozzuk a hibrid kutatásokat, röviden vázoljuk az *European Social Survey* 2012-es hullámának észtországi vizsgálatát (Ainsaar–Lilleoja–Lumiste–Roots 2013). Az észt kutatók egy CAWI–CAPI szakaszos hibrid módszertant alkalmaztak. A kutatás az online adatfelvétellel kezdődött. A vizsgálat készítői véletlen mintát vettek az észt postai adatbázisból, majd postai úton küldték ki a felkérőket (azaz lényegében három csatornán is folyt kutatás). A sztenderd ESS felkérőkben szerepelt az online kérdőív elérhetősége és egy jelképes ajándék ösztönzőként, illetve arról is tájékoztatták a minta tagjait, hogy amennyiben nem kívánja online kitölteni a kérdőívet, az ESS egy kérdezőbiztosa meglátogatja és kitölthetik személyesen a kérdőívet. Két hét után a minta tagjai megkapták az első emlékeztetőjüket, újabb két héttel később pedig a második emlékeztetőt. Mindkét emlékeztetőnek számottevő hatása volt a válaszadásra. A kutatás ezen pontjáig az összes kérdőív mintegy 30 százaléka készült el. Az online opció továbbra is nyitva maradt, azonban ennél a pontnál elkezdődött a CAPI-szakasz, ahol az online kérdőívre nem válaszoló lakosokat személyesen keresték fel a kérdezőbiztosok.⁷⁰ Az adatfelvétel lezárásakor 60 százalék válaszolt a kérdőívre online, ami a kutatók számára is biztató, pozitív eredmény volt, tegyük hozzá, hogy a felmérés több mint három hónapig tartott.⁷¹ A kutatás végül 66 százalékos válaszadási aránnyal zárult, ami szignifikánsan nem kedvezőbb az egyébként megszokott ESS arányoknál, vagyis az adatfelvételi

67 Az ESS egyébként munkacsoportot is szervezett a hibrid mérések alkalmazhatóságának vizsgálatára xxx-ben, melyen keretében több országban (Magyarországon is) empirikus kutatásokat folytattak le.

68 Természetesen szűkebb célcsoportokra, a társadalom egyes részcsoportjaira is alkalmazható a módszertan, amennyiben a fentiek igazak rá.

69 Tudomásunk szerint mindössze pár intézet használ hibrid méréseket.

70 A címek pótlására nem tér ki a tanulmány.

71 Igaz az utolsó két hónapban főként a válaszadási arány javítása folyt, a minta nagy része már fel volt véve.

módok ötvözése összességben nem javított a total válaszadási arányon. Mindazonáltal úgy látjuk, izgalmas és ígéretes modellt állítottak össze az észt kutatók, érdekes lenne tesztelni Magyarországon is.

Hibrid ifjúságkutatások

Az ifjúságkutatások Magyarországon

Hogyan érinti a közvélemény-kutatások átalakuló módszertana a hazai ifjúságkutatásokat? Hogy mérjük az ifjúságot? Magyarországon komoly hagyománya van az ifjúságkutatásoknak. Már a szocializmus évei alatt kifejezetten fontos szociológiai témának számított az ifjúság kérdése, a hatvanas években találkozhatunk empirikus vizsgálatokkal is (Petrikás 1969; Katona 1965). Ilyen további fontos mérföldkövek az 1971-es életmódkutatás (Gazsó–Pataki–Várhegyi 1971), Balogh István és Gál Róbert munkásfiatal-kutatásai (Balogh–Gál 1968), a KISZ-kutatások, Józsa Péter kutatásai (Józsa 1972, 1973, 1979.) és Gazsó Ferenc munkacsoportjának kutatásai (Gazsó 1987). A rendszerváltást követő időszak és a rendszerváltás hatását vizsgáló legfontosabb ifjúságkutatások szintén Gazsó Ferenc, illetve Stumpf István (Gazsó–Stumpf, 1992), valamint Farkas András (Farkas 2000), Szabó Ildikó és Örkény Antal (Szabó I.–Örkény 1998) nevéhez fűződnek. A kétezres években is kiemelt figyelem irányult a fiatalok szociológiai átvilágítására. Fontos kiemelni Gazsó Ferenc és Laki László munkáját (Gazsó–Laki 1999, 2004), a Sziget-kutatásokat (Gábor-Szemerszki, 2006), illetve a 2000-tól immár négy alkalommal lefolytatott *Ifjúság* kutatássorozatot, mely kétségkívül a legfontosabb epizódja a hazai ifjúságkutatásoknak. Az *Ifjúság* kutatássorozat és a *MOZAIK 2001* és *2011* vizsgálatok kapcsán értékes kutatómunkákat végzett Laki László, Szabó Andrea és Bauer Béla, a legfrissebb kutatások közül pedig érdemes megemlíteni Szabó Ildikó csapatának debreceni tevékenységét (Campus-Lét) és az Aktív Fiatalok Magyarországon csoport empirikus kutatásait.⁷²

A magyarországi ifjúságkutatások módszertani mintázata meglehetősen színes és változatos. Az alkalmazott módszerek között a kvantitatív és kvalitatív megközelítések széles tárházával találkozunk, több izgalmas, kísérleti kezdeményezés mellett.⁷³ Bauer Béla–Németh Adél–Szabó Andrea–Csányi Krisztina gyűjtése alapján „*az elmúlt másfél évtized – általunk áttekintett – empirikus kutatásainak nagy részét valamilyen kérdőíves módszerrel végezték (80%), melyek harmadát (37%) tette ki a kérdezőbiztos által felvett személyes lekérdezés. A másik leggyakoribb survey technika az önkítöltős kérdőíveké (20%)*” (Bauer–Németh–Szabó–Csányi 2014, 20). A hazai fiatalokat célzó kérdőíves mérések körében tehát egyértelműen a személyes adatfelvétel az elsőszámú preferens. Az *Ifjúságkutatások* is mind face-to-face interjúk alapján készültek,

72 Az összesítés Bauer Béla–Németh Adél–Szabó Andrea–Csányi Krisztina (2014) összesítésén alapszik.

73 Az ifjúság megközelítésére leginkább alkalmas kvalitatív módszerekről remek összegzést készített Horváth Kata és Oblath Márton (2013), jelen tanulmányunkban azonban elsősorban a kvantitatív vizsgálatokat vesszük górcső alá.

a módszertan 2000 óta csak minimálisan módosult⁷⁴, ami főként az összehasonlíthatóság miatt volt fontos.

Telefonos kutatás alig készült, a kutatói tapasztalatok azt mutatják, hogy a fiatal korosztályok elérése – főként vezetékessé – telefonon a legproblémásabb.⁷⁵ A telefonos kutatások esetében a harminc év alatti korosztály kifejezetten egyike azon rétegeknek, melyek nehéz elérésük miatt a kvótázás során folyamatos kihívások elé állítják a kutatókat. Bár a Lisszaboni Egyetem kutatói vizsgálatukban kimutatták, hogy a mobiltelefonos kutatások során hatékonyabban elérhetőek a fiatalok, a mobiltelefonok használata survey-k esetében azonban főként módszertani okokból továbbra is erősen problémás⁷⁶, de jóval költségesebb is (Vicente–Reis–Santos 2008).

Ami az online módszertant illeti, kezdenek megjelenni hazánkban is online ifjúságkutatások főként az egyetemi szférában az egyetemi adatbázisok és infrastruktúra előnyeit kihasználva (*Campus-Lét*, DPR kutatások), de a személyes megkeresés hegemoniája egyelőre meghatározó. Értékes munkát végzett Szabó Ildikó kutatóműhelye a Debreceni Egyetemen, ahol 2010-ben (kvalitatív módszerek mellett) két több mint négyezer fős online mintát vettek fel a Neptun-rendszeren keresztül kiküldött emailek segítségével.⁷⁷ A kutatási adatokból azóta számos tanulmány készült. Fontos mérföldkő emellett az Aktív Fiatalok Magyarországon kutatássorozat, melynek keretében kísérleti hibrid jellegű egyetemista-kutatások valósultak meg. A kutatócsoport 2011/12-ben azt a módszertani kérdést vetette fel a mintavétel tervezése során, hogy „*lehet-e Magyarországon, a XXI. században online metodológiával – előzetes emailcímlista nélkül – reprezentatív vizsgálatot készíteni?*” (Róna–Szabó 2012). A kérdésre a rövid válaszuk a *nem* volt, az online hólabda módszer alkalmazásának kudarcát és a minta torzulásait további face-to-face interjúk felvételével kompenzálták. A kutatás azonos módszertannal megismételték 2013-ban, a legfrissebb, harmadik hullám azonban már kizárólag face-to-face interjúkon alapszik (Szabó 2014, 2015).

Annak ellenére tér le kevés kutatás a megszokott csapásról, hogy a célcsoport kifejezetten alkalmas lehet a web-alapú vizsgálatra. Ahogy kifejtettük az online közvélemény-kutatások fő korlátait a magas fedési hiba és a magas nemválaszolási jelentik. Az Eurostat legfrissebb adatai alapján Magyarországon a 14–29 éves korosztály 92 százaléka legalább hetente internetezik.⁷⁸ Ebből az következik, hogy egy online mérés komoly lefedettséget biztosíthat, ami

74 A 2012-es hullám során a papír alapú kérdést (PAPI) számítógéppel támogatottra cserélték (CAPI).

75 Ennek ellenére például az Eurobarometer 2013-as ifjúságkutatását, melyben Magyarország is szerepelt telefonon vették fel (Eurobarometer 2013), de más európai ifjúságkutatások is a telefonos megkeresést preferálják (pl. Youth attitudes on drugs 2011).

76 Itt elsősorban arra utalunk, hogy mobiltelefonok esetében a mintavételi keret kialakítása – legalábbis Magyarországon – komoly nehézségekbe ütközik.

77 http://campuslet.unideb.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=26&Itemid=81 Letöltés dátuma: 2016. május 20.

78 http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Internet_and_cloud_services_-_statistics_on_the_use_by_individuals#Internet_use_by_individuals Letöltés dátuma: 2016. május 20.

versenyképessé teheti például a személyes kutatásokkal szemben.⁷⁹ Hozzáteesszük, hogy a fedési hiba alacsonyan tartása önmagában nyilván nem jelent feltétlen előnyt. Nincs információnk például arról, hogy ez a 92 százalék milyen aktív az interneten, ahogy arról sem, hogy mennyire szívesen válaszolnak online kérdőívekre. Emellett a magas lefedettség egy szükséges, de nem elégséges feltétele annak, hogy az online beelőzze a hagyományos módszereket.

A közvélemény- és piackutatási szféra általános trendjei is azt erősítik, hogy olyan szűkebb célcsoportokon belül, ahol kielégítő lefedettséget tudnak biztosítani, az online kutatások lassan kiszoríthatják a hagyományos módszereket, ami alól vélhetőleg az ifjúságkutatások sem lesznek kivételek. Arról sem feledkezzünk meg, hogy a személyes mérések jövője meglehetősen bizonytalan a csökkenő válaszadási hajlam és a növekvő költségek miatt. A személyes és a telefonos megkérdezésen alapuló ifjúságkutatások ellen szól, hogy a fiatalokat a legnehezebb otthon találni más korcsoportokkal összehasonlítva, ami az amúgy is magas válaszmegtagadást vélhetőleg tovább növeli. A 2012-es *Ifjúságkutatás* módszertani fejezete ugyan arról számol be, hogy „*az interjúk 41 százalékát készítettük el a főcímen, 38 százalékát a pótcímeken és 21 százalék esetében alkalmaztunk kvótákat, ami valamivel jobb eredmény, mint a négy évvel korábbi 28 százalékos arány*” (Ifjúságkutatás 2012), azonban ez a siker jó eséllyel inkább a kivétel, mint a szabály.

Amellett, hogy a fiatalok megszólításához indokoltak tűnik a web-alapú módszertan választása, érdemes lehet a hibrid modell összeállítása. Fontos lehet bevonni más adatfelvételi módokat egyrészt annak érdekében, hogy azt a 8 százalékot is be tudjuk vonni a mintavételi keretbe, aki soha vagy ritkán internetezik⁸⁰. Az Aktív Fiatalok Magyarországon kutatássorozat tapasztalatai és több külföldi tanulók körében végzett hibrid kutatás arra mutatnak rá, hogy a fiatal korcsoportok esetében magasabb a válaszmegtagadás a web-alapú mintákon, mint a papír alapú kérdések során, vagyis a válaszadási hajlandóság növelése egy további érv a hibrid módszertan mellett (Shih–Fan 2008; Sax, Gilmartin–Bryant–Carini–Hayek–Kuh–Kennedy–Ouimet 2003).⁸¹

Hibrid ifjúságkutatások

A más országokban készült ifjúságkutatásokat áttekintve találunk jó gyakorlatokat. Annyi biztosan elmondható, hogy a hibrid ifjúságkutatások alkalmazása egyelőre nagyobb internet penetrációval rendelkező országokban is gyerekcipőben járnak. Nagyobb lélegzetvételű, a társadalom teljes ifjúságát célzó, tudományos jellegű kérdéseket a középpontba állító kutatások elvételre találoztunk. Főként az egyetemi, hallgatók körében végzett vizsgálatok a népszerűek, nyilván elsősorban praktikus okai vannak. Fontos leszögezni, hogy az egyetemi hallgatók, mint célcsoport módszertani szempontból ideális terep, hiszen a mintavételi

⁷⁹ Amellett, hogy a magas nemválaszolás problémája ezen célcsoporton belül is fennáll.

⁸⁰ A 8 százalék mellett a 92 százalék egy része jó eséllyel szintén kevésbé aktív, nehezen érhető el.

⁸¹ Ezt az is erősíti, hogy ugyanezek a kutatások minimális módhatásokat fedeztek fel az offline és az online mérések között.

keret jól lehatárolható, a populáció tagjai egyedileg azonosíthatóak és rendelkezésre állnak az elérhetőségek (pl. email címek). Ezek ismeretében pedig adotta lehetőség a valószínűségi mintavételre (Jans–Roman 2007).

A kevés hibrid ifjúságkutatás között van a kanadai Malatest Alapítvány vizsgálata, mely 18–34 évesek kanadai fiatalok körében készült. A vizsgálat gerincét egy valószínűségi és egy nem-valószínűségi mintavétel alkotta. A valószínűségi mintavétel egy 1372 fős telefonos megkérdezés volt, melynek az volt a fő célja, hogy érvényes megállapításokat tudjanak megfogalmazni a teljes kanadai ifjúságról. Ezt egészített ki egy nem-valószínűségi mintavétel, annak érdekében, hogy olyan speciális csoportokat is el tudjanak érni, akik a fő mintavételi keretbe alacsonyabb arányban, vagy egyáltalán nem szerepeltek (pl. vidékiek, öslakosok, fogyatékkal élők stb.). A kiegészítő mérés során telefonos, személyes és online módszereket is alkalmaztak a kutatók. A nem-valószínűségi mintavétel esetében a vizsgálat készítői is felhívják a figyelmet a reprezentativitást érintő kételyekre.⁸²

Meg kell említeni az egyik legnagyobb egyetemista-kutatást, az NSSE-t (National Survey of Student Engagement), melyet 2000 óta évente folytatnak le észak-amerikai egyetemeken.⁸³ Egy online–offline hibrid módszertant alkalmaznak a kutatók, bár az egyetemek önként jelentkeznek (így a kontinensre kevésbé reprezentatív a minta), az intézményeken belül már az NSSE vesz valószínűségi mintát. Az adatfelvételi módok kombinálása nem kifejezetten szofisztikált, az egyetemek maguk dönthetnek, hogy online vagy személyesen töltetik ki a kérdőíveket, avagy esetleg opciót ajánlanak fel.⁸⁴ Az intézmények csak egy részében használtak ösztönzőket, az átlagos válaszadási arány összességben így nem is volt túl magas (29 százalék). Az NSSE kutatások mindenesetre kiváló alapanyagok, például a válaszadási hajlandóság empirikus vizsgálatára, ennek egy fontos példája Carini, Hayek, Kuh, Kennedy és Ouimet 2003-as tanulmánya. Vizsgálatukban a kutatók minimális módhatásokat fedeztek fel az online és a face-to-face interjúk válaszai között (Carini, Hayek, Kuh, Kennedy–Ouimet 2003).

Millar és Dillman hibrid modelljei jóval összetettebbek. A kutatás 2009-ben a Washingtoni Egyetemen készült, fő célja annak feltérképezése volt, hogy mivel növelhető leginkább a válaszadási hajlandóság, esetünkben főként a mintaképzés az érdekes (Millar–Dillman 2011).⁸⁵ Az első modellben egy 2800 fős véletlen mintát vettek a hallgatókból, majd a minta tagjait véletlenszerűen négy csoportba sorolták, majd a felkéréseket mindenkinek postai úton küldték ki.⁸⁶ Az első csoport tagjai választhattak, hogy postai úton vagy egy online

82 <http://www.elections.ca/res/rec/part/nysr/nysr-e.pdf> Letöltés dátuma: 2016. május 27.

83 A 2015-ös hullám során 315.815 hallgató válaszolt a kérdőívre.

84 http://nsse.indiana.edu/2015_institutional_report/pdf/NSSE%202015%20Overview.pdf

85 Lásd még pl.: Sax–Gilmartin–Bryant, 2003.

86 A postai megkeresések ma is népszerűek az Egyesült Államokban.

kérdőíven szeretnének válaszolni a kérdésekre (1), a második csoportban csak postai úton válaszolhattak (2), a harmadik és negyedik csoportban pedig csak online (3, 4, a két online csoport annyiban különbözött, hogy az egyik csoportban e-mailben is kaptak felkérést a minta tagjai). A kutatás résztvevők jelképes ösztönzöt is kaptak (2 dollárt), a felkérők után az egyes csoportok eltérő gyakorisággal és tartalommal kaptak emlékeztetőket, lévén a kutatás fő célja a válaszadási hajlandóság mintázatainak összehasonlítása volt. A másik modell struktúrája nagyon hasonló volt, így ennek részleteire nem térünk ki. A kutatás egyébként többek között arra talált bizonyítékot, hogy a válaszadási hajlandóság kulcsa nem elsősorban abban rejlik, hogy többféle adatfelvételi módot kínálunk fel, hanem a hatékony stratégia megválasztásában, beleértve az ösztönzőket, a remindereket, az opciók felajánlásának időzítését és más fontos elemeket.

Amennyiben kutatásunk célcsoportja a teljes magyar ifúság, nehezebb a helyzet. Az online vizsgálatok limitáltsága ma Magyarországon egyelőre azt jelenti, hogy nem vagyunk képesek önmagában egy online kutatás eredményeiből a teljes magyar ifúságra vonatkoztatható releváns információkat nyerni. Bevonni azonban online módszereket például a személyes módszer mellé egy hibrid modellbe, mindenképp indokoltnak tűnik. Ennek egy lehetséges módja egy alapvetően személyes modell kiegészítése online opcióval. Amennyiben az online megkérdezést szeretnénk előtérbe helyezni, hosszú távon érdemes lehet kiépíteni egy online panelt a célcsoportra, hiszen ilyen panelekből jó hatékonysággal alakítható ki reprezentatív minta.⁸⁷

Ahogy korábban utaltunk rá, hazánkban az egyetlen ilyen hibrid megoldásokat alkalmazó ifúságkutatás az úttörő Aktív Fiatalok Magyarországon kutatássorozat. Bár a 2015-ös, harmadik hullám már nem hibrid, hiszen csak személyes adatfelvételi módot alkalmaztak a kutatók, a fő kutatás mellett készült egy nem valószínűségi mintavételen alapuló online mérés idén is. A következő fejezetben egy rövid empirikus összehasonlítást végzünk az offline és az online minta eredményein, melynek fókuszában különböző, az adatminőséget befolyásoló tényezők összevetése áll. Összehasonlításunk célja felderíteni, hogy mennyiben térnek el a két mérés eredményei, illetve a különbözőségek mennyiben tulajdoníthatóak pusztán az eltérő adatfelvételi mód hatásának (módhatás).

A 2016-os Aktív Fiatalok Magyarországon kutatás offline és online részének összehasonlítása

A teljesség igénye nélkül az aktuális Aktív Fiatalok Magyarországon kutatások összehasonlítását az alábbi tényezők mentén végezzük.⁸⁸

⁸⁷ Igaz magasabb költségen.

⁸⁸ Az adatminőség egyik legfontosabb ismérve a válaszadási arány, ennek összehasonlítása azonban jelen két kutatás esetében nem állt módunkban.

- Mennyire tér el a két minta demográfiája?
- Milyen különbségek figyelhetők meg a politikai aktivitás mentén?
- Van-e különbség attitűd kérdések esetében a szélső értékek választása mentén?
- Milyen különbségek figyelhetők meg a válaszadási mintázatokban?
- Van-e különbség a nyitott kérdésekre adott válaszok hosszában?
- Mennyire jellemző az online válaszadásra az, hogy 0–24 órában töltődnek ki kérdőívek?
- Melyek a kérdőív legkritikusabb pontjai, vagyis azok a pontok a kérdőíven, ahol a legtöbb válaszadó végleg elhagyja a kérdőívet?

A személyes kutatás magyarországi egyetemisták körében készült 800 fő megkérdezésével, az online minta célcsoportja szintén a magyarországi egyetemisták voltak, a mintaelemszám ez esetben 5515 fő. A legtöbb kérdés megválaszolásához többváltozós, stepwise módszerrel készített lineáris regressziós modelleket vizsgáltunk.⁸⁹ A modellekbe az alábbi független változók kerültek bevonásra: *nem, kor, településtípus, jövedelem, szubjektív anyagi helyzet, képzési terület, pártpreferencia, adatfelvételi mód*.⁹⁰

Demográfia

Ahogy az 1. táblázatban láthatjuk, a két adatfelvétel demográfiai háttere jelentősen eltér.⁹¹ Kiderült, hogy az online mintán erősen felülreprezentáltak a hölgyek, a különbség a személyes méréshez képest plusz 13,8 százalék. Életkor mentén nincs ekkora differencia, de a személyes minta valamivel fiatalabb (átlag közel két évvel). Érdekes, hogy a településtípus szerinti megoszlások is hasonlóan alakulnak, igaz online valamivel több budapesti választott, a megyeszékhelyi egyetemisták viszont például a személyes mérés esetében felülreprezentáltak. Ami az átlagos havi összjövedelmet illeti, enyhén kedvezőbb a helyzet az online válaszolók körében. A nemek eloszlása mellett a tudományterület szerinti bontás mutat további komoly eltéréseket. Az eredmények alapján jóval nagyobb a valószínűsége például annak, hogy bölcsészeti vagy természettudományokat hallgató egyetemistát találunk egy online mérés során, mint személyes megkereséssel. Alulreprezentáltak viszont például a műszaki vagy gazdasági területet választók.

89 A többváltozós elemzés előnye, hogy a független változók hatásait együttesen vizsgálva válik láthatóvá, hogy a módhatások – ha vannak ilyenek egyáltalán – más független változók kontroll alatt tartása esetén is fennállnak-e.

90 Bár kétségtelenül felmerülhetnek még a fentiekben felül releváns változók is, a független változók körét elsősorban a két adatfile integrálásával kapcsolatos korlátok határozták meg. A pártpreferencia és a tudományterület esetében dummy változókat használtunk.

91 Jelen összehasonlítás során egyik adatfile-t sem súlyoztuk, fontosnak tartjuk azonban megemlíteni, hogy a különböző súlyozási technikák jelentősen javíthatják a mérések pontosságát. Egy másik tanulmányban érdemes lenne megvizsgálni, hogy a magyar egyetemisták között milyen súlyozási módszerek jöhetnek szóba.

1. táblázat
Demográfiai eloszlások

		személyes (n=800)	online (n=5515)
nem	Férfi	47,9	34,1
	Nő	52,1	65,9
életkor	Átlag	22,4	24,1
településtípus	Budapest	24,5	26,6
	Megyei jogú város	26,9	23,1
	Egyéb város	24,9	26,8
	Község	22,9	21,5
	Külföld	0,9	2,1
havi jövedelem	Medián	50 ezer forint	60 ezer forint
tudományterület	Bölcsészeti-, társadalomtudományi	24,9	38,0
	Műszaki	25,6	11,4
	Gazdasági	22,6	16,2
	Jogi	4,3	5,6
	Orvosi, egészségügyi, sport	13,6	13,4
	Közigazgatási, katonai, rendvédelmi	1,9	3,2
	Természettudományi	7,1	12,2

Forrás: Aktív Fiatalok Magyarországon, 2015 személyes, reprezentatív és online minta.

Politikai aktivitás

A válaszadók politikai aktivitásának vizsgálatára az Aktív Fiatalok Magyarországon kutatássorozat egy már többször alkalmazott kérdéssort vettük alapul. A kérdések a politikai részvétel különböző dimenzióit érintik, kitérnek arra, hogy a megkérdezettek vettek-e részt például aláírásgyűjtésben, demonstráción, viseltek-e politikai jelvényeket stb. A tíz kérdésből egy indexet képeztünk, melynek alacsony értékei alacsony politikai aktivitást, magas értékei pedig magas fokú aktivitást jelölnek (1-től 10-ig tartó skála). A politikai aktivitás-index képezte a lineáris regressziós modell függő változóját. Az eredmények tanúsága szerint a modellbe bevont változók közül a nemnek ($\text{Beta}=0,158$) és az életkornak ($\text{Beta}=0,066$) van a legnagyobb szerepe a magyar egyetemisták esetében abban, hogy mennyire aktívak politikailag, de több más változó is befolyásol (a pártpreferencia, a tudományterület, a jövedelem, a településtípus, a képzési terület és az adatfelvételi mód is). Jellemzően aktívabbak a férfiak, az idősebbek, a nagyobb városokban élők, a tehetősebbek, a valamilyen párthoz kötődő egyetemisták, és a jogot hallgatók, szemben például az orvosira vagy műszakira, illetve gazdasági egyetemre járókkal. Fontos eredmény emellett, hogy a válaszadási mintázatokban jelentős szerepe van annak is, hogy milyen csatornán történt az adatfelvétel. Más szóval a legkülönbözőbb

demográfiai összetételű csoportokban is megállja a helyét az az állítás, hogy az online válaszolók aktívabbak politikailag ($\text{Beta}=0,028$), bár kétségtelenül gyenge az összefüggés (szignifikancia: 0,028). A modell magyarázó ereje sem kifejezetten magas ($R^2=0,096$), melynek úgy véljük, fő oka, hogy több fontos demográfiai változót nem tudtunk szerepeltetni.

2. táblázat
A politikai aktivitás lineáris regressziós modellje

Model	R	R Square	Adjusted R Square	F-próba	Sig.
17	,314	,098	,096	37,464	,000

Model	B	Beta	Sig.
(Constant)	2,229		0
nemed	-0,485	-0,158	0
kor	0,02	0,066	0
NT_dummy	-0,71	-0,188	0
NV_dummy	-0,647	-0,157	0
nemmenne_dummy	-0,726	-0,131	0
muszaki_dummy	-0,333	-0,077	0
gazd_dummy	-0,301	-0,077	0
jovedelem	0,001	0,068	0
orvos_dummy	-0,188	-0,043	0,001
ketf_dummy	1,238	0,038	0,003
lmp_dummy	-0,29	-0,073	0
fidesz_dummy	-0,249	-0,055	0,001
teltipford	0,044	0,033	0,012
anyagiford	-0,048	-0,03	0,022
jog_dummy	0,214	0,033	0,01
jobbik_dummy	-0,159	-0,04	0,021
mod	0,127	0,028	0,028

Forrás: Aktív Fiatalok Magyarországon, 2015 személyes, reprezentatív és online minta.

Szélső értékek

Ahogy fentebb már megemlítettük egyes kutatások alapján az attitűd kérdések esetében az online válaszolók tipikusan kisebb arányban választják a szélső értékeket, mint a – kérdezőbiztos jelenlétében válaszoló – személyes kutatásokban résztvevők. Egy szenzitív attitűdkérdés-sorra adott válaszok összehasonlítását használtuk annak megválaszolására, hogy vajon

az aktuális Aktív Fiatalok Magyarországon mérések esetében is fennáll-e ez a helyzet (lásd: 1. számú melléklet). A függő változó szerepének betöltésére egy olyan indexet képeztünk, melynek alacsony értékei kevés szélső érték, magas értékei pedig sok szélső érték választását jelentik.⁹² A lineáris regresszió alapján a fenti állítás ellenkezője látható. Valóban szignifikáns a módhatás, ám az online válaszolók között nagyon arányban találunk „szélsőséges” hallgatót, vagyis olyan válaszadót, aki hajlamos a skálák szélső értékeit felé „húzni” (Beta=0,03).⁹³ Emellett a modellből az következik, hogy a kérdésben igazán a pártválasztásnak van nagy szerepe. A Fidesz szavazókra és a bizonytalanokra inkább jellemző a „középre tendálás”, ami a választást illeti, míg az Együtt, a PM és az LMP bázisa esetében pozitív Beta-kat találunk. Emellett az életkor (az idősebbek hajlanak a szélső értékek irányába) és – érdekes módon – a jövedelem befolyásol, hiszen a magasabb összegből gazdálkodók válaszaik jobban közelítenek a szélső értékek felé a felsorolt attitűdkérdések esetében.⁹⁴

3. táblázat
A szélső értékek lineáris regressziós modellje

Model	R	R Square	Adjusted R Square	F-próba	Sig.
14	,254	,064	,062	30,856	,000

Model	B	Beta	Sig.
(Constant)	1,827		0
fidesz_dummy	-0,501	-0,101	0
pm_dummy	1,404	0,1	0
egyutt_dummy	0,863	0,101	0
lmp_dummy	0,363	0,084	0
egyeb_dummy	0,519	0,063	0
kor	0,015	0,043	0,002
muszaki_dummy	-0,265	-0,056	0
NV_dummy	-0,239	-0,053	0
DK_dummy	0,494	0,046	0
orvos_dummy	-0,186	-0,039	0,002
anyagiford	-0,066	-0,038	0,004
jovedelem	0,001	0,036	0,011
mod	0,146	0,03	0,021

Forrás: Aktív Fiatalok Magyarországon, 2015 személyes, reprezentatív és online minta.

92 Szélső értéknek az ötös skálák 1-es és 5-ös válaszlehetőségeit értettük.

93 Hozzáteesszük, hogy utolsóként került be a modellbe a módhatás, éppen csak szignifikáns az összefüggés.

94 A modell magyarázó ereje ezúttal még alacsonyabb. $R^2=0,064$.

Válaszadási mintázatok

Az adatminőség egy másik fontos mérőszáma lehet az angolban *careless respondent*-nek nevezett jelenség, vagyis az a problematika, hogy a kutatási tapasztalatok alapján a válaszadók egy része hajlamos hanyag, figyelmetlen válaszokat adni, adott esetben véletlenszerű – vagy éppen szisztematikus mintázatban válaszolni (Beach 1989; D. T. R. Berry et al. 1992; Curran–Kotrba–Denison 2010; Meade– Craig 2011). Számos olyan feltételezéssel lehet találkozni (bár ezt egyelőre kevés kutatási eredmény igazolja), hogy ez az adatminőséget rontó tényező nagyobb eséllyel fordul elő olyan kevésbé ellenőrzött körülmények között zajló adatfelvételek esetében, mint az (önkitöltős) online vagy a postai kérdőívek. Ennek fő oka a személyes kapcsolat hiánya lehet, illetve az, hogy nincs igazán lehetőség érdemben motiválni a válaszadót. Az ilyen típusú nemtörődöm válaszadás detektálásának különböző módszerei vannak. Az inkonzisztens válaszadás egyik indikátora lehet, ha nagyon hasonló tartalmú kérdéseket ellentétes irányú vizsgálunk, ezeken a kérdéseken viszonylag jól megmutatkoznak a véletlenszerű reakciók. Egy másik indikátor az ún. *Longstring* technika (Johnson 2005), mely a válaszadási mintázatot vizsgálja. Ennek lényege, hogy indexeket képzünk aszerint, hogy a mintában szereplők hányszor választották az adott válaszlehetőséget egy változószettben. Ennek segítségével a kutató jó eséllyel be tudja azonosítani azokat a válaszadókat, akik hanyagul, például végigikszelték a kérdéssort egy válaszlehetőség mentén. Nehéz kérdés, hogy milyen értéktől tekintünk valamit hanyag válaszadásnak a Longstring változók esetében, mindenesetre az átlagtól jelentősen eltérő eredmények gyanút kelthetnek. A fenti két technika esetében érdemes hosszabb attitűd-kérdéssorokon vizsgálni a válaszokat. Gyakran használnak emellett instrukciót tartalmazó kérdéseket a kutatók, melyeken szintén tesztelhető, hogy figyelmesen elolvassa/tölti-e ki a válaszadó a kérdőívet. Ehhez hasonlóak a „hamis” itemek; ezekre a kérdésekre jellemzően minden válaszadónak ugyanazokat az evidens válaszokat kellene adnia (DeSimone et. al. 2015).

Látható, hogy az ellenőrzések egy részét már eleve érdemes a kérdőívbe építeni. Esetünkben ez nem merülhet fel, így Longstring változókat hoztunk létre a fent használt attitűd-kérdéssor alkalmazásával a nemtörődöm válaszadók detektálására, illetve annak megválaszolására, hogy vajon több ilyen mintataggal találkozunk-e az online mintában, mint a személyes kutatás esetében. A kérdésre szintén lineáris regressziós modellek adták meg a választ, az egyes válaszlehetőségek esetében külön regressziókat futtattunk. Az eredmények alapján arra a következtetésre jutottunk, hogy e tekintetben nincs érdemi különbség a személyes és az online minta között; nem igaz tehát az a hipotézis, hogy online nagyobb a valószínűsége egy ilyen hanyag válaszadási mintázat felbukkanásának. Az öt válaszlehetőségből mindössze egy esetében volt szignifikáns hatása az adatfelvételi módnak, az 1-es értékek választása esetében kiderült, hogy az online válaszolók esetében gyakoribb ezen értékek választása (Beta 0,037). Tegyük hozzá, önmagában az a tény, hogy szignifikáns az eltérés, még nem jelenti azt, hogy egyik vagy másik mintában hanyag válaszadással lenne dolgunk. Az 1-es értékek eloszlásának vizsgálata azonban megvilágítja, hogy az online minta 2,6 százaléka 6-7 alkalommal is az 1-es értéket jelölte.⁹⁵

⁹⁵ A személyes mintán ez az arány kevesebb mint 1 százalék.

Nyilván fennáll a lehetősége annak, hogy valós válaszokkal van dolgunk – ami a válaszadók egy részére feltehetőleg igaz is, különösen ilyen viszonylag rövid, nem untató attitűdsor esetében – a kutatói tapasztalatok azonban azt mutatják, hogy az ilyen mintázatok mögött jó eséllyel valamilyen irreleváns válaszadói megnyilvánulás rejlik. Ennek eldöntésére más, fentebb említett technika alkalmazása szükséges. Jelen két kutatás esetében ennél tovább nem áll módunkban kutakodni, felvetésünkkel pusztán egy az adatminőséget érintő másik érdekes aspektusra szerettünk volna rámutatni.

Nyitott kérdések⁹⁶

A nyitott kérdések hosszának vizsgálata egy további fontos eleme lehet adatbázisunk minőségi elemzésének, ezzel szintén több tanulmány foglalkozik (Pillók 2012; Kwak and Radler 2002). Nyitott kérdésként a *Mi jut eszébe a politika szóról?* változót volt lehetőségünk szerepeltetni. Érdekes módon a regressziós modell eredményei az Aktív Fiatalok Magyarországon mérések esetében nem igazolják azt a tapasztalatot, hogy az online válaszolók általában bőbeszédűbbek a nyitott kérdések esetében. Az adatfelvételi módnak nincs hatása, a személyesen válaszolók átlagosan 8,7, az online résztvevők 8,9 karakterben válaszoltak, ami nem szignifikáns különbség. Egyedül az állapítható meg, hogy az idősebbek, a gazdasági szakon hallgatók, a bizonytalanok, a Kétfarkú Kutypárt választói és a kisebb településen élők több karakterben válaszoltak (más változók kontroll alatt tartása esetén is), ám a modell magyarázó ereje nagyon alacsony ($R^2=0,013$).

A válaszadás időpontja

Bár az összehasonlításra nem volt lehetőségünk, az online minta esetében megvizsgáltuk azt a gyakori feltételezést, hogy az online minták esetében a válaszadás folyamatos, vagyis a kitöltés valóban a hét minden napján, 0–24 órában zajlik.⁹⁷ Elemzésünk alapján a kérdőívek beérkezésének időpontja jelentős diverzitást mutat az online mintán. A hét minden napján, a nap minden órájában érkeztek be kérdőívek. A válaszadás napok közötti megoszlása nehezen interpretálható, az mindenesetre látszik, hogy egyrészt a hét első két napjához kifejezetten alacsony aktivitás párosul, a kérdőívek mindössze 11,9 százaléka érkezett be hétfőn vagy kedden. A legnépszerűbb kitöltési nap a szerda (33,5 százalék) és a csütörtök (23,9 százalék) voltak. Látható, hogy a hétfőre abszolút domináns az online kitöltések esetében, a kérdőívek közel negyede szombat-vasárnap érkezett be. Ami az órát illeti, elsőként talán az a legszembetűnőbb, hogy a válaszadók 2,8 százaléka éjfél és reggel 6 óra között kezdte el a kitöltést, de 14,3 százalék este 9 óra után. Ezek az adatok is azt igazolják, hogy online minták esetében valóban gyakorlatilag 0–24 órában zajlik a kitöltés. Tegyük hozzá, hogy alacsony százaléka

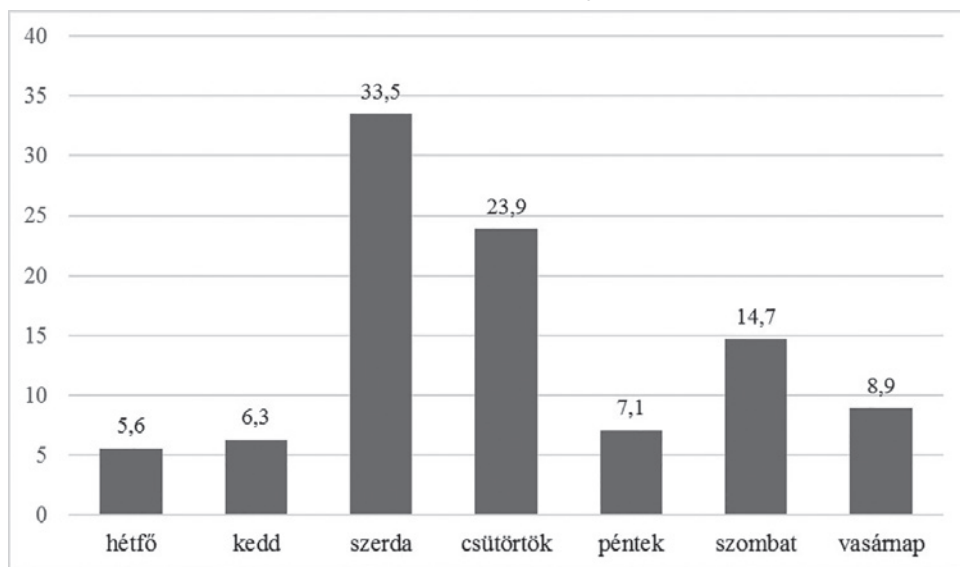
96 A nyitott kérdésekre adott válaszok hossza mellett ez esetben is érdekes lehet a válaszadási kedv. Ezzel kapcsolatban arra jutottunk, hogy a fenti kérdés abból a szempontból „jó” kérdésnek bizonyult, hogy mindkét mérés esetében nagyon magas volt a válaszadási arány, e tekintetben nincs is különbség az online és offline válaszolás között.

97 A személyes adatfile esetében csak részinformációk álltak rendelkezésükre a kitöltés idejével kapcsolatban, az ilyen adatfelvételek esetében azonban a kutatói és szervezési tapasztalatok alapján körülbelül ismerhető általánosságban a személyes kérdőívek felvételeinek időpontjai.

érkezik be a kérdőíveknek ezekben az inaktív órákban, a legnépszerűbb időszak – más adatfelvételi módokhoz hasonlóan – a 15 és 20 óra közötti periódus (a válaszadók közel fele ebben az időszakban kezdte el a kitöltést).

2. ábra

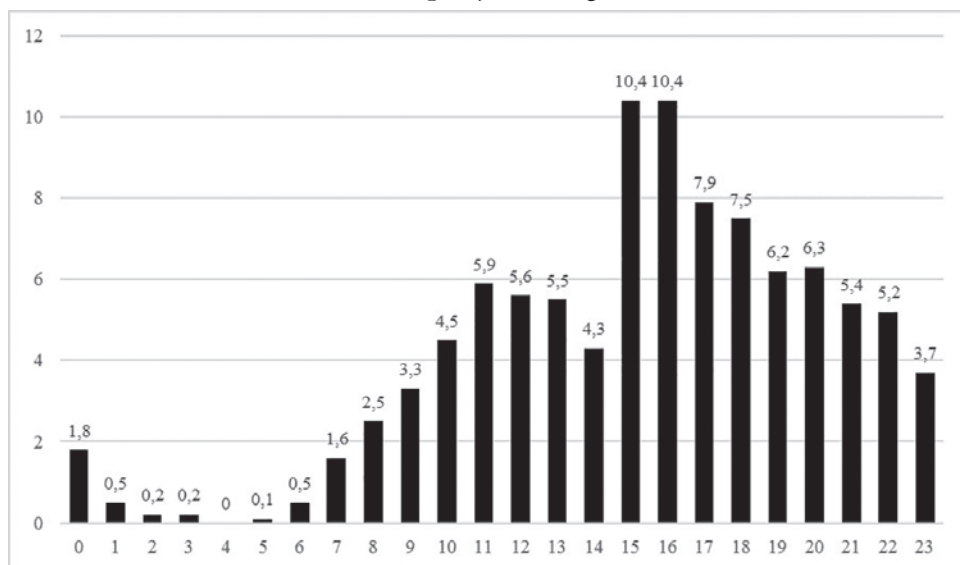
A kérdőív kitöltésének kezdési időpontjainak megoszlása az online mintán (nap)



Forrás: Aktív Fiaatlok Magyarország, 2015 online minta.

3. ábra

A kérdőív kitöltésének kezdési időpontjainak megoszlása az online mintán (óra)



Forrás: Aktív Fiaatlok Magyarország, 2015 online minta.

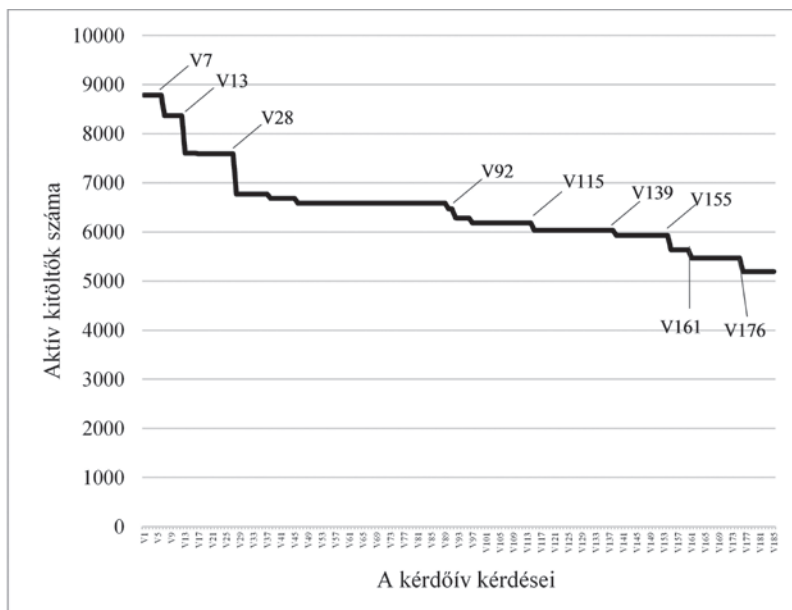
Kérdőív elhagyási pontok az online mintán

A nyers online adatbázis alapján utána jártunk, hogy melyek azok a pontok a kérdőívben, ahol a legtöbb válaszadó félbehagyja a válaszadást, melyik kérdésen „vesztett” legtöbbször a kutatás. Az online mérések és az önkéntes kérdőívek esetében komoly nehézség a figyelem és a motiváció fenntartása, amit a jelen adatok is igazoltak. Az online kérdőív kitöltését összesen 8789 fő kezdte meg és csak 5192 fő jutott el az utolsó kérdésig, vagyis a válaszadók 41 százalékát „vesztettük el” a kérdés során a kérdőív különböző pontjain. A kilépések dinamikájának elemzése rávilágít, hogy a kérdőívet abbahagyók nagy része a kérdőív elején veszíti el a kedvét: a kilépők több mint fele csak a 27. adatfelvételi pontig jutott a 185-ből. Tegyük hozzá, a kérdőív legvégén is estek ki válaszadók, voltak, akik az utolsó kérdések előtt hagyták abba a válaszolást. Az igazán izgalmas kérdés azonban az, hogy mely kérdések riasztják el a legtöbb válaszadót a további válaszadástól? A következő ábrán látható, hogy a kérdés elején több komolyabb „beesést” detektáltunk, a demográfiai adatok (elsőként az életkor) megadásakor 424 fő, majd a szülők iskolai végzettségének firtatásakor további 761 válaszadó hagyta el a kérdőívet. Kérdéses azonban, hogy mennyiben a kérdések tartalmának, illetve érzékenységének volt köszönhető ez a magas kilépési arány a kérdőív elején, s nem elsősorban inkább valamilyen egyéb okból gondolták meg magukat a válaszadók (pl. mert elkezdtek, de rájöttek, hogy erre most még sincs idejük stb.). Jóval egyértelműbb a helyzet a következő kritikus pont esetében: 825-en hagyták el a kérdőívet olyan, az anyagi helyzetet érintő kérdéseknél, mint a kiadási szerkezet. Ezzel ez a legnagyobb „beesés” a kérdőívben. Az azonban érdekes, hogy a kiadásokat megelőzően a jövedelmeket érintő kérdések alatt viszont alig léptek ki válaszadók. Ha továbblépünk, kiderül, hogy a pénzügyi kérdések mellett leginkább a politikai, közéleti témák érzékenyek. Komoly kilépés figyelhető meg a politikai érdeklődés (186 fő), a politikai értékek alakulásának háttere (95 fő), a politikai tüntetéseken, demonstrációkon való részvétel (104 fő), a politikai önbesorolás (292 fő) és a választási részvétel (277 fő) vizsgálatánál. A pártpreferenciára vonatkozó kérdéssel már nem vesztett sok válaszadót a kutatás, hiszen a kérdőív végén szerepelt, addigra már jó eséllyel kiestek azok, akiket ez érzékenyen érinthetett. Érdekes továbbá, hogy 151 fő hagyta abba a válaszadást annál a kérdésnél, ami a szűk, családi-baráti beszélgetések témáira vonatkozott⁹⁸, vagyis a válaszadók egy része esetében az ilyen jellegű kérdések is oly mértékben sértik meg a bizalmasság kritériumait, hogy a teljes kérdőív elhagyásával reagálnak. Az is kiderült, hogy a hét elemű attitűd-kérdéscsoport 167 főt riasztott el, ez esetben vélhetőleg a kérdőív, illetve a kérdések hossza lehetett a kiváltó ok.

98 Milyen gyakran szoktál családdal közéleti kérdésekről, társadalmi problémákról beszélni?

4. ábra

Az aktív kitöltők számának változása a kérdőív kérdései mentén, főbb kiesési pontok



V7 – Születési év;

V13 – Mi (volt) az édesapád/nevelőapád legmagasabb befejezett iskolai végzettsége?

V28 – A rendelkezésedre álló összegből hozzávetőleg mennyit költöttél az alábbi tételekre az elmúlt hónapban? lakhatás (ezer Ft);

V92 – Mennyire érdekel Téged a politika?

V115 – Milyen gyakran szoktál családdoddal közéleti kérdésekről, társadalmi problémákról beszélni?

V139 – Részt vettél-e olyan megmozduláson, tüntetésen, demonstráción, amelyről az interneten keresztül értesültél, amelyet az interneten keresztül szerveztek?

V155 – Kérlek, jellemezd Önmagad az alábbi tulajdonság-párok segítségével! bal–jobb;

V161 – Mennyire értesz egyet a következő kijelentésekkel? A gyerekeknek meg kell tanulniuk, hogy a legfontosabb az engedelmesség és a tekintélytiszteltet.

V176 – Ha most vasárnap parlamenti választást tartanának (és jogosult volnál szavazni): biztosan elmennél szavazni stb.

Forrás: Aktív Fiatalok Magyarországon, 2015 személyes, reprezentatív és online minta.

Összegzés

Tanulmányunkban azt az alapvető célt tűztük ki, hogy az empirikus szociológia legfontosabb aktuális trendjeinek és kihívásainak egy rövid keresztmetszetét tárjuk az olvasó elé, egyúttal reflektálva az ifjúságkutatások módszertanát érintő aspektusokra.

A kutatói tapasztalatok szerint a technológiai és kommunikációs változások az empirikus kutatások módszertanára is hatást gyakorolnak. Általános trend, hogy csökken a válaszadási

hajlandóság a hagyományos adatfelvételi móddal készülő (személyes, telefonos) mérések esetében, ám az egyre terjedő online alapú közvélemény-kutatások előtt egyelőre olyan módszertani korlátokat implikálnak, melyek megakadályozzák, hogy valódi versenytársai legyenek a hagyományos megközelítéseknek.

Bemutattuk a hibrid, azaz több adatfelvételi módot alkalmazó kutatásokkal kapcsolatos legfontosabb kérdéseket: tárgyaltunk a módhatásról, a kérdezési eszközök és a kérdezés menetének változásáról, a kérdezőbiztos jelenlétének jelentőségéről, a munkamennyiségek változásáról. Az említett adatfelvételi előnyök és hátrányok mellett a hibrid kutatásokban külön figyelemmel kell lennie a mintavételek és a kérdezőtechnika összehangolására, a kérdőívek egységesítésére. Fontos, hogy az adatfelvételek terepmunkája időben közel legyen egymáshoz.

Hibrid kutatások főként Magyarországon alig készülnek, annak ellenére, hogy a szakirodalomban számos sikeres kísérletről lehet olvasni. A folyamatosan erodálódó válaszadás és a kommunikációs formák átalakulásának következtében úgy látjuk, érdemes lehet nyitni olyan hibrid megoldások irányába, melyek ötvözik a klasszikus és a modern (online) megközelítéseket. Különösen igaz ez olyan populációk, illetve társadalmi csoportok esetében, ahol magas az internetpenetráció (pl. ifúság). Jelenleg azonban releváns kutatási anyag a magyar társadalomra vonatkozóan nem áll rendelkezésre az ilyen típusú adatfelvételek alkalmazhatóságáról, illetve potenciáljáról.

Az Aktív Fiatalok Magyarországon kutatássorozat egyértelműen úttörő a hazai ifúságkutatások között, főként a kutatássorozat vezetői által kidolgozott vegyes-, kísérleti módszertan. A legutolsó Aktív Fiatalok Magyarországon kutatás esetében – mely személyes megkereséssel készült – lehetőségünk volt egy módszertani központú összehasonlítást végezni, hiszen a fő kutatással párhuzamosan, azonos kérdőívben készült egy online kutatás is. Az összehasonlítás figyelemre méltó eredményekkel zárult. Kiderült, hogy a személyes és az online minta demográfiai összetétele eltéréseket mutat, jelentős különbségeket azonban csak bizonyos változók mentén tapasztaltunk (nem, képzési terület). Az eredmények alapján az online válaszolók valamivel aktívabbak politikailag, továbbá az eredmények cáfolják azt a több kutatás által is megfigyelt jelenséget, hogy attitűdkérdések skálái esetében személyesen inkább hajlanak a válaszadók a szélső értékek választására. Nem találtunk szignifikáns eltérést a személyesen és az online megkérdezettek válaszadási mintázataiban, ahogy a nyitott kérdések hossza – mint az adatminőség egy másik indikátora – sem mutatott nagy különbséget. Elemzésünk igazolta azt az általános kutatói tapasztalatot, hogy az online válaszolók a hét minden napján, 0–24 órában töltenek ki kérdőíveket, továbbá bemutattuk, a kérdőív mely pontjain hagyta el a legtöbb hallgató a kitöltést (jövedelmi és politikai kérdések). Az adatminőséget érintő különböző dimenziók mentén végzett összevetésünk több különbségre világított rá, összességében azonban az volt a benyomásunk, hogy az adatfelvételi mód csak minimálisan függ össze – ha egyáltalán összefügg – az adatminőséggel. Ez a tény úgy véljük, egyrészt erősítheti az online kutatásokba vetett bizalmat, növelheti azok érvényességét, másrészt az adatfelvételi módok ötvözésére sarkallhatja a kutatókat.

Az elvi lehetőségek megvizsgálása után tehát érdemesnek gondoljuk egy-egy induló kvantitatív jellegű ifjúságkutatás esetében megfontolni a hibrid módon végzett terepmunkát. Ahogy talán jelen tanulmányból is kitűnik, a terepmunkával kapcsolatos döntések során egyidejűleg kell figyelembe venni a kutatás célját, a lehetséges torzító hatásokat, illetve az erőforrás igényeket. Ezen szempontok szerint a legkritikább esetekben lehet egyértelműen jó döntést hozni, sok esetben valamilyen kompromisszumot kell kötni a három szempontrendszer között. A megfelelő döntések meghozatalában lehet a kutatók nagy segítségére a hibrid kutatások módszere.

Irodalom

- Angelusz Róbert – Tardos Róbert (2006): Az elérhetőség és a válaszadói készség gyenge közegei – mintalemorzsolódás, és trendszerű erőzói panelfelvételek példáján. In: Angelusz Róbert – Tardos Róbert (szerk.): *Mérésről mérésre, a választókutatás módszertani kérdései*. Budapest, Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, Budapesti Corvinus Egyetem Politikatudományi Intézet.
- Balogh István – Gál Róbert (1968): *A munkásifjúság helyzetéről és társadalmi szerepéről* (1. változat / Belső anyag). Budapest, MSZMP KB Társadalomtudományi Intézete.
- Bauer Béla – Szabó Andrea (2005): *Ifjúság2004. Gyorsjelentés*. Budapest, Mobilitás
- Bauer Béla – Szabó Andrea (2009): *Ifjúság2008. Gyorsjelentés*. Budapest, Szociális és Munkaügyi Intézet.
- Bauer Béla – Németh Adél – Szabó Andrea – Csányi Krisztina (2014): *A magyar ifjúságszociológia elmúlt 50 évének meghatározó szereplői és pillanatai*, Kézirat
- Beach, D. A. (1989). Identifying the random responder. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 123(1), 101-103.
- Berry, D. T. R. – Wetter, M. W., Baer, R. A., Larsen, L., Clark, C., – Monroe, K. (1992): MMPI-2 random responding indices: Validation using a self-report methodology. *Psychological Assessment*, 4(3), 340-345. doi:10.1037/1040-3590.4.3.340
- Carini, Robert M.; Hayek, John C.; Kuh, George D.; Kennedy, John M.; Ouimet, Judith A. (2003): College Student Responses to Web and Paper Surveys: Does Mode Matter? *Research in Higher Education*, v44 n1 p1-19 Feb 2003 <http://www.nsse.indiana.edu/pdf/mode.pdf>
- Couper, Mick P. (2011): The Future of Modes of Data Collection. 2011, *Public Opinion Quarterly*, 75(5): 889-908. <http://poq.oxfordjournals.org/content/75/5/889.full.pdf+html>
- Curran, P. G., Kotrba, L., – Denison, D. (2010). *Careless responding in surveys: Applying traditional techniques to organizational settings*. Paper Presented at the 25th Annual Conference of the Society for Industrial/Organizational Psychology. Atlanta, GA.
- De Leeuw, E. D. (2005): To Mix or Not to Mix Data Collection Modes in Surveys. *Journal of Official Statistics*. 21. évf. 2. sz. 233–255 old. <http://sites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic1327921.files/DeLeeuw2005.pdf> (Letöltés dátuma: 2016. április 28.)
- De Leeuw, E. D. (1992). Data quality in mail, telephone, and face-to-face surveys. 1992., *TT-Publikaties*, Amsterdam.

- De Leeuw, E.D. – de Heer W. (2002): Trends in Household Survey Nonresponse: A Longitudinal and International Comparison, Chapter 3, in: Survey Nonresponse, szerk.: Robert M. Groves, Don A. Dillman, John L. Eltinge, Roderick J.A. Little, John Wiley – Sons, Inc, New York, 2002.
- De Leeuw, E.D. – Joop Hox (2002): The Influence of Interviewers Attitude and Behavior on Household Survey Nonresponse: An international Comparison. In: Robert M. Groves, Don A. Dillman, John L. Eltinge, Roderick J.A. Little (ed): *Survey Nonresponse*, New York, John Wiley – Sons, Inc.
- De Leeuw, E.D. – Joop Hox (2011): Internet surveys as part of a mixed mode design. In: M. Das, P. Ester and L. Kaczmirek (eds) *Social and behavioral research and the internet: Advances in applied methods and research strategies*. New York, Taylor – Francis Group. pp. 45–76.
- De Leeuw, E.D. – Joop Hox – Annette Scherpenzeel (2011): *Mode Effect or Question Wording? Measurement Error in Mixed Mode Surveys. Proceedings of the Survey Research Methods Section*, American Statistical Association, 5959-5967.
- Deutschmann M – Faulbaum F. (2001): *The recruitment of online samples by CATI-screening: problems of non-response*. Paper presented at conference of the Association for Survey Computing (The Challenge of the Internet). May 2001, London, England.
- Don A. Dillman – Jolene D. Smyth – Leah Melani Christian (2009): *Internet, Mail, and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method*. New York, Wiley
- Farkas András (2000): Politikai kultúra, társadalmi részvétel. In: Gábor Kálmán (szerk.): *Társadalmi átalakulás és ifjúság. A szabadság, mint esély?* Szeged, Belvedere Meridionale, 188–194.
- Gábor Kálmán – Szemerszki Marianna (2006): *Sziget Fesztivál 2005. Az új fiatal középosztály és az élettervezés*. Budapest, Felsőoktatási Kutatóintézet, 54.
- Gaszó Ferenc – Laki László (1999): *Esélyek és orientációk*. Budapest, OKKER Kiadó.
- Gaszó Ferenc – Laki László (2004): *Fiatalok az újkapitalizmusban*. Budapest, Napvilág Kiadó,
- Gaszó Ferenc – Pataki Ferenc – Várhegyi György (1971): *Diákéletmód Budapesten*. Budapest, Gondolat.
- Gaszó Ferenc (1987): *Társadalmi folyamatok az ifjúság körében*. Budapest, MSZMP KB Társadalomtudományi Intézete, 90 p.
- Gaszó Ferenc (1992): Rendszerváltás és ifjúság. In: Gaszó Ferenc – Stumpf István (szerk.): *Rendszerváltozás és ifjúság*. Budapest, MTA Politikai Tudományok Intézete, 13–22. p.
- Global Market Research (2014): *An ESOMAR Industry Report*, Published by ESOMAR, Amsterdam, The Netherlands, 2014
- Holbrook, Allyson L. – Melanie C. Green – Jon A. Krosnick. (2003). Telephone versus face-to-face interviewing of national probability samples with long questionnaires: comparisons of respondent satisficing and social desirability bias. *Public Opinion Quarterly* 67:79-125.
- Horváth Kata – Oblath Márton (2015) (szerk.): *A részvételi ifjúságkutatás módszerei*. 2015, OKT-Full Tanácsadó Kft., TÁMOP-5.2.8-12/1-2013-0001 számú kiemelt projekt „Kisközösségi ifjúság nevelés támogatása”
- Johnson, J. A. (2005). Ascertaining the validity of individual protocols from web-based personality inventories. *Journal of Research in Personality*, 39(1), 103-129. doi: 10.1016/j.jrp.2004.09.009
- Józsa Péter (1972): *Kulturális blokkok Budapesten. A kutatás kiindulópontja, hipotézisei, tervezete, vázlatos ismertetése és néhány részeredménye*. Budapest, Népművelési Intézet, Kutatási Osztály.
- Józsa Péter (1973): *Kulturális blokkok Budapesten. Részeredmények III*. Budapest, Népművelési Intézet.
- Józsa Péter (1979): *A magyar városi ifjúság szociodemográfiai összetétele, érték- és mentalitás-struktúrája. A KISZ KB Ifjúságkutató Csoportjánál 1973/74-ben lezajlott felvétel anyagai. I. kötet, Dokumentáció – Előzetes jelentés*. Budapest, Népművelési Intézet.

- Justin A. DeSimone – P. D. Harms – Alice J. DeSimone (2015): Best practice recommendations for data screening, Published in *Journal of Organizational Behavior* 36:2 (February 2015), pp. 171-181; doi: 10.1002/job.1962 <http://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1130&context=managementfacpub>
- Katona Katalin (1965): A lázadó fiatalok problémájához. *Pedagógiai Szemle*, 15. évf. 1. sz. 49–60.
- Kmetty Zoltán (2012): A telefonos kutatások speciális problémái. *Statistikai Szemle*, 90. évf. 1. sz. 41-63. o.
- Krauter, Frauke – Presser, Stanley – Tourangeau, Roger (2008). Social desirability bias in CATI, IVR, and Web Surveys. The effect of Mode and Question Sensitivity. *Public Opinion Quarterly*, 72, 5, 847-865. <http://poq.oxfordjournals.org/content/72/5/847.full.pdf+html>
- Kwak, Nojin – Radler, Barry (2002): A Comparison Between Mail and Web Surveys: Response Pattern, Respondent Profile, and Data Quality. *Journal of Official Statistics*, Vol.18, No.2, 2002. pp. 257–273 <http://www.barold.com/www/JOS%20article.pdf>
- Linda J. Sax – Shannon K. Gilmartin – Alyssa N. Bryant (2009): Assessing Response Rates and Nonresponse Bias in Web and Paper Surveys. *Research in Higher Education* Vol. 44, No. 4 (Aug., 2003), pp. 409-432
- Mare Ainsaar – Laur Lilleoja – Kaur Lumiste – *Ave Roots* (2013): *ESS Mixed Mode Experiment Results in Estonia (CAWI and CAPI Mode Sequential Design)*. Institute of Sociology and Social Policy, University of Tartu, Report. http://www.yti.ut.ee/sites/default/files/ssi/ess_dace_mixed_mode_ee_report.pdf
- Martin, P. (2011): *What makes a good mix? Chances and challenges of mixed mode data collection in the ESS. 2011, Centre for Comparative Social Surveys*, City University London. Working Paper No. 02. https://www.city.ac.uk/___data/assets/pdf_file/0015/125133/CCSS-Working-Paper-No-02.pdf
- Meade, A. W., – Craig, S. B. (2011, April). *Identifying careless responses in survey data*. Paper presented at the 26th Annual Meeting of the Society for Industrial and Organizational Psychology, Chicago, IL. [http://www4.ncsu.edu/~awmeade/Links/Papers/Data_Screening\(SIOP11\).pdf](http://www4.ncsu.edu/~awmeade/Links/Papers/Data_Screening(SIOP11).pdf)
- Millar, Morgan M. – Don A. Dillman. (2011): Improving Response To Web and Mixed-Mode Surveys. *Public Opinion Quarterly* 75 (2): 249-269 <http://poq.oxfordjournals.org/content/early/2011/05/17/poq.nfr003.full.pdf+html>
- Petríkás Árpád (1969): Ifjúságkutatás a felnövő nemzedék nevelésének szolgálatában. In: Illés Lajosné (szerk.): *Ifjúságkutatás*. Budapest, Tankönyvkiadó. 5–22.
- Pillók Péter (2010): *Az elhanyagolt tényező, avagy nem mintavételi hibák a kérdőíves adatfelvételekben, Doktori disszertáció*, ELTE Szociológiai Doktori Iskola, 2010
- Pintér Róbert – Kátay Bálint (2010): A hibrid adatfelvétel módszertani kihívásai. *Statistikai Szemle*, 2010., 8. évf. 7-8. sz. 723-738. o.
- Robert M. Groves (1989): *Survey errors and survey costs*, New York, John Wiley and Sons.
- Shih, T.H. – X. Fan. (2008): Comparing response rates from web and mail surveys: a meta-analysis. *Field Methods* 20(3): 249–271.
- Szabó Andrea – Bauer Béla – Laki László – Nemeskéri István (2002) (szerk.): *MOZAIK 2001, Gyorsjelentés. Magyar fiatalok a Kárpát-medencében*. Budapest, Nemzeti Ifjúságkutató Intézet.
- Szabó Andrea – Bauer Béla – Laki László (2002) (szerk.): *Ifjúság2000. Tanulmányok I.* Budapest, Nemzeti Ifjúságkutató Intézet.
- Szabó Andrea (2012) (szerk.): *Racionálisan lázadó hallgatók 2012*. Szeged, Belvedere Meridionale.
- Szabó Andrea (2014) (szerk.): *Racionálisan lázadó hallgatók II.* Budapest–Szeged, MTA TK PTI–Belvedere Meridionale.

Szabó Ildikó – Örkény Antal (1998): *Tizenévesek állampolgári kultúrája. Minoritás Könyvek*, Budapest, Minoritás Alapítvány.

Székely Levente (2012) (szerk.): *Magyar Ifjúság 2012 – Tanulmánykötet*, Budapest, Kutatópont.

Tóth István János (2003): Előrejelzési kudarcok és kollektív tévedések: becsülhettek volna pontosan a közvélemény kutatók? In: Kurtán Sándor – Sándor Péter – Vass László, (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve 2002-ről*. Budapest, Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány.

Tourangeau, R.–Yan, T. (2007): Sensitive Questions in Surveys. *Psychological Bulletin.*, 133.évf. 5. sz. 859–883. old. http://www.learnlab.org/research/wiki/images/a/a8/Tourangeau_SensitiveQuestions.pdf

Vehovar, V. – Berzelak, N. – Lozar Manfreda, K. – Belak, E. (2009): *Optimising survey costs in mixed mode environment*. NTTS, 10 str.

Vicente, P., Reis, E., Santos, R. (2009): Using mobile phones for survey research. A comparative analysis between data collected via mobile phones and fixed phones. 2009, *International Journal of Market Research*, 51, 5, pp. 613-633 <http://www.ijmr.com/Samples/Sample2.pdf>

Mellékletek

sz. melléklet: A szélső értékek vizsgálatánál használt attitűdkérdések

- Mennyire értesz egyet a következő kijelentésekkel? A gyerekeknek meg kell tanulniuk, hogy a legfontosabb az engedelmesség és a tekintélytisztelt.
- Mennyire értesz egyet a következő kijelentésekkel? Az állam helyett az embereknek kellene több felelősséget vállalniuk önmagukért
- Mennyire értesz egyet a következő kijelentésekkel? Az országnak nem politikai programokra van szüksége, hanem erőskezü vezetőkre.
- Mennyire értesz egyet a következő kijelentésekkel? A szegények többsége saját maga felelős azért, hogy szegénységben él.
- Mennyire értesz egyet a következő kijelentésekkel? Fokozott szigor szükséges a közrend védelmében: a rend fontosabb, mint a bűnelkövetők jogai
- Mennyire értesz egyet a következő kijelentésekkel? A férfi dolga az, hogy pénzt keressen, a feleségnek a háztartással és a gyerekekkel kell foglalkoznia
- Mennyire értesz egyet a következő kijelentésekkel? A bűnözési hajlam a cigányok vérében van